

Peningkatan Pendapatan Melalui Perbaikan Kemasan Pupuk Organik Cair pada Rumah Kayu Permaculture

Shofi Javinda Atmaja¹, Wonny Ahmad Ridwan²

^{1,3}Manajemen Agribisnis, Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor, Bogor, Indonesia
Email: shofijavinda@apps.ipb.ac.id, wonny@apps.ipb.ac.id

Abstract

Rumah Kayu Permaculture is one of the companies engaged in processing liquid organic fertilizer by utilizing organic vegetable waste in the garden. This liquid organic fertilizer product does not yet have packaging and packaging labels that are suitable for marketing so that the marketing of this liquid organic fertilizer product is still fairly narrow. The purpose of this research is to formulate product development ideas with improved packaging and analyze the business feasibility of developing this liquid organic fertilizer product. This research was conducted in Cisarua District, West Bandung Regency from July to January 2024. The analysis used consists of BMC, qualitative analysis, laboratory tests, and business feasibility. Identification was obtained through 9 blocks of BMC elements before and after development, Determination of packaging and proper packaging labels, Laboratory test results that meet SNI quality standards. The results of the financial analysis are said to be feasible with an increase in the R / C Ratio of 0.30 and a profit and loss of Rp.222,777,059.

Keywords: *Income increase, Packaging improvement, Liquid organic fertilizer*

Abstrak

Rumah Kayu Permaculture salah satu perusahaan yang bergerak pada pengolahan pupuk organik cair dengan memanfaatkan limbah sayuran organik pada kebun. Produk pupuk organik cair ini belum memiliki kemasan serta label kemasan yang layak untuk dipasarkan sehingga pemasaran produk pupuk organik cair ini masih terbilang sempit. Tujuan penelitian ini yaitu merumuskan ide pengembangan produk dengan perbaikan kemasan serta menganalisis kelakan bisnis pengembangan produk pupuk organik cair ini. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat pada bulan juli hingga januari 2024. Analisis yang digunakan terdiri dari BMC, analisis kualitatif, uji laboratorium, dan kelayakan usaha. Didapatkan identifikasi melalui 9 blok elemen BMC sebelum dan setelah pengembangan, Penetapan kemasan serta label kemasan yang layak, Hasil uji laboratorium yang sesuai standar mutu SNI. Hasil analisis finansial dikatakan layak kenaikan R/C Ratio sebesar 0,30 serta laba rugi sebesar Rp.222.777.059.

Kata Kunci : peningkatan pendapatan, perbaikan kemasan, pupuk organik cair

1. PENDAHULUAN

Pada bidang pertanian sistem pertanian sangatlah berperan penting dalam sektor pertahanan pangan nasional rata-rata penduduk di Indonesia bekerja sebagai petani yang dimana mereka harus menghasilkan hasil pertanian yang mempertahankan kualitas dari tanaman yang mereka tanam, salah satunya dengan memberi nutrisi pada tanaman mereka

menggunakan pupuk. dalam bidang pertanian, pupuk sangatlah penting meningkatkan kesuburan tanah serta pertumbuhan tanaman namun kebanyakan petani Indonesia masih bergantung pada pupuk anorganik, nyatanya menggunakan pupuk anorganik dengan jangka waktu yang lama dapat menyebabkan timbulnya efek negatif bagi lingkungan. Agribisnis adalah bisnis yang bergerak di bidang pertanian atau bidang lain yang mendukung baik sektor hulu maupun hilir. Istilah "hulu" dan "hilir" mengacu pada pandangan pokok agribisnis bekerja pada rantai sektor pangan, juga dikenal sebagai rantai pasokan makanan. Pupuk organik merupakan pupuk yang berasal dari bahan dasar organik yang dimana bahan-bahan yang digunakan di dalam pupuk itu sendiri merupakan bahan alami seperti kotoran hewan, bagian tubuh hewan, tumbuh-tumbuhan, sampah organik yang kandungannya kaya akan mineral serta baik bagi penyuburan tanah.

Rumah Kayu Permaculture adalah salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang pengolahan pupuk organik cair (POC). Rumah Kayu Permaculture memiliki aktivitas dalam pengolahan pupuk organik cair, di antaranya yaitu pengolahan pupuk organik cair, pengemasan pupuk organik cair, hingga sampai pemasaran kepada konsumen akhir. Pupuk organik cair pada Rumah Kayu Permaculture sendiri selalu mengalami peningkatan di setiap bulannya, peningkatan ini mengalami peningkatan dikarenakan adanya penambahan permintaan pupuk organik cair pada Rumah Kayu Permaculture setiap bulannya dari para mitra perusahaan Rumah Kayu Permaculture.

Dalam menjalankan aktivitas bisnis pupuk organik cair serta adanya pesaing yang menjalankan bisnis yang sama dapat di jadikan acuan untuk perusahaan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual seperti dengan mengubah kemasan pupuk organik cair serta menambahkan label yang tertera isi kandungan dari produk yang ingin dipasarkan. Kemasan serta kandungan produk merupakan salah satu daya tarik yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian pupuk organik cair. Rumah Kayu Permaculture belum memiliki desain kemasan pupuk organik cair serta belum memiliki kemasan yang aman bagi produk yang dipasarkan.

Hal ini terjadi dikarenakan sistem pemasaran yang dilakukan pada produk pupuk organik cair pada Rumah Kayu Permaculture masih terbilang cukup sempit disebabkan hanya melakukan pemasaran kepada mitra. Dengan demikian kajian pengembangan bisnis ini terfokus pada perbaikan kemasan pupuk organik cair yang memiliki label beserta komposisi kandungan pupuk organik cair dengan cara melakukan uji laboratorium sehingga dapat meyakinkan konsumen terhadap produk yang di pasarkan sehingga dapat meningkatkan permintaan serta berpengaruh terhadap kenaikan pendapatan bagi perusahaan.

2. KAJIAN TEORI

Pengembangan Bisnis

Pengembangan bisnis merupakan proses yang ditempuh oleh sebuah perusahaan untuk meningkatkan kinerja melalui peningkatan produk atau layanan, memperluas pasar baru, dan membangun kerja sama yang baik dengan pihak lain (Muharomah et al. 2024). Serta dapat dianggap sebagai kegiatan yang penting bagi manajer dan anggota tim terkait di dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Menurut Manggu (2021) Kegiatan yang disebut pengembangan bisnis adalah upaya untuk meningkatkan keuntungan, produksi, dan kapasitas layanan perusahaan. Selain itu, pengembangan bisnis dapat didefinisikan sebagai penanaman modal atau waktu yang membantu pertumbuhan dan ekspansi bisnis.

Kandungan Pupuk Organik Cair

Pupuk organik cair adalah campuran atau larutan yang dihasilkan dari fermentasi bahan organik seperti sisa tanaman dan kotoran hewan yang mengandung lebih dari satu unsur hara. Keunggulan pupuk organik cair adalah bahwa mereka dapat dengan cepat

mengatasi kekurangan unsur hara dan memberikan nutrisi dengan baik. Pupuk organik cair berbeda dengan pupuk anorganik karena tidak merusak tanah dan aman digunakan dalam jangka waktu yang lama. Menurut Suhastyo (2019), pupuk ini juga mengandung bahan pengikat, yang memungkinkannya digunakan langsung pada daun tanaman. Ini disemprotkan ke permukaan daun. Pada dasarnya, limbah cair yang terdiri dari bahan organik dapat dijadikan pupuk, begitu pula dengan limbah padat organik yang kaya akan unsur hara (NPK) dan bahan organik lainnya. Pemanfaatan pupuk dari limbah organik dapat mendukung peningkatan struktur dan kualitas tanah.

Kandungan Pupuk Organik Cair

Salah satu cara yang dapat dilakukan produsen untuk meningkatkan *value* suatu produk adalah dengan melakukan perbaikan kemasan sendiri. Melakukan perbaikan kemasan pada suatu produk yang mengikuti perkembangan zaman serta kreativitas yang ada akan menarik konsumen untuk membeli produk yang saat ini di pasaran. Penjualan: Menurut Uchyani (2015), kemasan adalah bagian penting dari penjualan karena memiliki hubungan langsung dengan pelanggan. Oleh karena itu, kemasan produk harus menciptakan impresi spontan yang berdampak positif pada tindakan pelanggan di tempat penjualan. Dengan semakin banyak pesaing yang menjual produk serupa, estetika dapat berfungsi sebagai "perangkap emosional" yang efektif untuk menarik perhatian pelanggan.

Ciri-ciri Kemasan baik

Ciri-ciri kemasan yang baik adalah kemampuannya untuk melindungi produk di dalamnya. Kemasan memiliki dua fungsi utama, yakni fungsi proteksi yang mencakup perlindungan terhadap produk dari perbedaan iklim, infrastruktur transportasi, dan jalur distribusi yang dapat mempengaruhi kemasan. Dengan kemasan pelindung ini, konsumen tidak perlu khawatir akan membeli produk yang rusak atau cacat. Selain itu, kemasan juga berperan dalam fungsi promosi sebagai alat untuk mempromosikan produk, memungkinkan perusahaan untuk mempertimbangkan preferensi konsumen terhadap warna, ukuran, dan tampilan kemasan. Kreativitas dalam desain *display* kemasan terus berkembang pesat, menghasilkan berbagai macam *display* yang unik dan berbeda dengan berbagai bentuk dan bahan yang mencerminkan produk di dalamnya.

Kelayakan Bisnis

Menurut Sukmawati (2019) Studi kelayakan bisnis merupakan suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang dijalankan yang memiliki tujuan untuk mengetahui apakah bisnis tersebut layak atau tidak dijalankan suatu bisnis harus di analisis secara sungguh sungguh berdasarkan data serta informasi yang ada dan di ukur menggunakan metode tertentu. Studi kelayakan bisnis merupakan evaluasi terhadap kemungkinan sukses atau keberhasilan suatu bisnis. Konsep sukses atau keberhasilan dapat ditafsirkan secara beragam oleh berbagai pihak. Bagian sempit dari interpretasi tersebut umumnya relevan bagi badan usaha yang fokus pada keuntungan ekonomi dari investasi mereka.

3. METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu melalui observasi, pengamatan, serta wawancara secara langsung kepada pihak perusahaan adanya penyebaran kuesioner kepada masyarakat yang pernah menggunakan pupuk organik cair guna mengetahui keputusan apa yang membuat para konsumen membeli produk pupuk

organik cair, Responden yang digunakan yaitu berjumlah 50 orang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari Metode analisis *Business Model Canvas* untuk mengetahui elemen mana yang harus di tingkatkan pada bisnis tersebut, Melakukan uji laboratorium pupuk organik cair untuk mengetahui kandungan apa saja yang terdapat pada pupuk organik cair rumah kayu permaculture. Analisis finansial R/C Ratio dan Laba rugi, Analisis laba rugi digunakan untuk melihat apakah setelah adanya pengembangan bisnis mengalami kenaikan pendapatan laba atau rugi. Rasio R/C merupakan sebuah indikator yang menunjukkan perbandingan antara pendapatan usaha (Revenue = R) dan total biaya (Cost = C). Rasio ini digunakan untuk mengevaluasi profitabilitas suatu usaha, dimana nilai R/C ratio yang tinggi menandakan keuntungan yang lebih besar, sementara nilai yang rendah menunjukkan potensi ketidakuntungan. Rumusnya dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\frac{R}{C} = \frac{\text{Penerimaan Total}}{\text{Biaya Total}}$$

Kriteria yang digunakan untuk menentukan R/C ratio sebagai berikut :

- (1) Jika $R/C > 1$, maka usaha tersebut dianggap menguntungkan dan layak untuk diteruskan.
- (2) Jika $R/C = 1$, maka usaha tersebut dianggap mengalami impas (tidak rugi dan tidak untung), sehingga tidak layak untuk diteruskan.
- (3) Jika $R/C < 1$, maka usaha tersebut dianggap mengalami kerugian, sehingga tidak layak untuk diteruskan.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Business Model Canvas (BMC) Sebelum Pengembangan Bisnis

1. Customer Segments

Blok *customer segments* ini membantu perusahaan untuk mengetahui letak geografis yang dijadikan target pasar bagi perusahaan, letak geografis yang menjadi target saat ini yakni wilayah Kab.Bandung dan Kota Bandung. Blok customer segments membantu perusahaan untuk mengetahui pelanggan yang perusahaan tuju untuk melakukan penjualan produk pupuk organik cair, sehingga Rumah kayu permaculture dapat dengan mudah memasarkan produk Pupuk organik cair dengan adanya pengelompokan tersebut. Berdasarkan informasi yang terdapat pada tabel Segmentasi yang di analisis ini konsumen tidak ada batasan yang dimana semua masyarakat dapat menggunakan pupuk organik cair baik laki-laki maupun perempuan berusia 20 tahun ke atas, petani maupun individu rumah tangga yang bercocok tanam menggunakan media tanam organik.

2. Value proposition

Blok *Value proposition* ini memetakan value yang ditawarkan oleh perusahaan kepada para konsumen yaitu berupa produk pupuk organik cair yang di lengkapi dengan 7 bakteri baik, mudah untuk didapatkan, bebas dari bahan berbahaya kimia. Kemasan



yang diberikan kepada konsumen menggunakan botol aqua 1 liter lalu diberi selotip untuk pengaman pada bagian tutup. Kemasan sebelum pengembangan bisnis dapat dilihat pada gambar 1.

Gambar 1 Kemasan pupuk organik cair sebelum pengembangan bisnis

3. Channels

Blok *Channels* ini berisi bagaimana perusahaan Rumah Kayu Permaculture melakukan pendistribusian produknya secara langsung kepada konsumen akhir dan secara tidak langsung melalui grup *whatsapp*.

4. Customer Relationship

Blok *Customer Relationship* bagaimana perusahaan memberikan pelayanan dan menjaga komunikasi yang baik dengan konsumen, perusahaan Rumah Kayu Permaculture menjaga komunikasi yang baik dengan para pelanggan, menjaga kualitas produk pupuk organik cair yang didistribusikan sehingga sesuai dengan yang diharapkan para konsumen, Perusahaan juga menerima saran dan juga kritik yang diberikan para konsumen sehingga dapat dijadikan evaluasi kedepannya bagi perusahaan.

5. Revenue Streams

Blok *Revenue Streams* ini berisi terkait pendapatan yang diperoleh oleh pendapatan yang diperoleh dari pendistribusian produk pupuk organik cair ini sendiri hanyalah pendapatan yang dihasilkan dari hasil penjualan satuan produk, Harga yang ditetapkan sebelum adanya pengembangan bisnis yaitu Rp16.000,00/1liter.

6. Key Resource

Blok *Key Resource* ini berisi sumber daya perusahaan pada pengolahan produk pupuk organik cair. Sumber daya yang dimiliki ini berupa sumber daya fisik lahan serta alat produksi pupuk organik cair, Sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan terdapat 2 karyawan. Sumber daya finansial yang dimiliki berupa modal pribadi.

7. Key Activities

Blok *Key Activities* ini menggambarkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam pendistribusian produk pupuk organik cair. Kunci aktivitas dalam blok ini yang dilakukan oleh perusahaan yaitu mulai dari proses produksi, pengemasan hingga proses pemasaran kepada konsumen.

8. Key Partnerships

Blok *Key Partnerships* perusahaan Rumah Kayu Permaculture melakukan kerja sama dengan beberapa mitra, seperti mitra kelompok tani organik, mitra pupuk padat biosoltamax, dan mitra peternak sapi. Kerjasama ini dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi kebutuhan bahan baku yang dibutuhkan oleh perusahaan dalam memproduksi pupuk organik cair.

9. Cost Structure

Pada blok *Cost Structure* menggambarkan biaya-biaya yang diperlukan dalam menjalankan bisnis perusahaan. Adapun biaya yang dibutuhkan dalam produksi pupuk organik cair pada Rumah Kayu Permaculture terdiri dari biaya variabel, biaya tetap, dan biaya investasi. Dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Cost Structure sebelum pengembangan bisnis

Komponen Biaya	Total Biaya (Rp)
Biaya investasi	19.296.000,00
Biaya Variabel	16.320.000,00
Biaya Tetap	18.107.333,00
Total Biaya	53.723.333,00

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan data pada Tabel 5 *cost structure* yang dikeluarkan oleh perusahaan Rumah Kayu Permaculture sebelum adanya pengembangan pada produk pupuk organik cair dengan besaran biaya investasi Rp19.296.000,00 biaya variabel Rp16.320.000,00 biaya tetap Rp18.107.333,00 dengan total keseluruhan biaya sebesar Rp53.723.333,00.

Analisis pada 9 blok pada *Business Model Canvas* sebelum pengembangan bisnis pupuk organik cair pada Rumah Kayu Permaculture dapat dilihat pada Gambar 2.

Key Partners <ul style="list-style-type: none"> • Pt Biosoltamax • Petani organik • Peternak sapi 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> • Proses produksi POC • Proses pengemasan • Proses pemasaran 	Value Propositions <ul style="list-style-type: none"> • Dilengkapi dengan 7 bakteri baik • Salah satu kebutuhan pokok petani organik • Mudah didapatkan • Bebas dari bahan kimia 	Customer Relationship <ul style="list-style-type: none"> • Menjaga komunikasi yang baik dengan para pelanggan • Menjaga kualitas POC • Menerima kritik dan saran 	Customer Segment <ul style="list-style-type: none"> • Wilayah kab. Bandung dan Kota Bandung • Mitra petani serta individu rumah tangga yang senang bercocok tanam organik • Pria dan wanita usia 20 tahun ke atas • Konsumen menengah ke bawah dan konsumen menengah ke atas
	Key Resource <ul style="list-style-type: none"> • Sumber daya fisik • Sumber daya manusia • Sumber daya finansial 		Channels <ul style="list-style-type: none"> • Grup whatsapp • Secara Langsung 	
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> • Biaya tetap • Biaya Variabel 			Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> • Hasil penjualan persatuan produk 	

Gambar 2 *Bmc* sebelum pengembangan bisnis

Setelah adanya pengembangan bisnis melalui perbaikan kemasan pupuk organik cair pada perusahaan Rumah Kayu Permaculture, terjadi perubahan pada beberapa blok yaitu pada bagian *customer segments* bertambahnya wilayah untuk dilakukan pemasaran produk pupuk organik cair, *Key Partners* bertambahnya mitra kerjasama yang dijalin oleh perusahaan, *Key Activity* penambahan kegiatan yang dilakukan perusahaan saat pengembangan bisnis, *Key Resources* terdapat penambahan beberapa bahan baku sebagai bahan pendukung pengembangan bisnis, *Revenue Streams* adanya peningkatan pendapatan setelah dilakukan pengembangan, *Value Propositions* yang ditawarkan kepada konsumen semakin berkualitas, *Customer Segments* yang lebih meluas, Serta *Channels* dengan memanfaatkan media sosial sebagai tempat sarana pemasaran.

1. *customer segments*

Rumah Kayu Permaculture mengalami perubahan pada blok *customer segments* setelah adanya pengembangan bisnis, yaitu perluasan pasar dalam memasarkan produk pupuk organik cair yang akan dipasarkan di wilayah Jabodetabek sehingga dengan adanya perluasan pasar ini diharapkan pupuk cair pada Rumah Kayu Permaculture dapat dikenal lebih luas lagi selain pada daerah kabupaten dan kota Bandung.

2. *Value Proposition*

Proses produksi pupuk organik cair dilakukan *step by step* dengan pemakaian bahan baku yang memiliki kandungan yang sesuai dengan yang dibutuhkan oleh tanah dan tumbuhan. Keunggulan yang diberikan setelah adanya pengembangan bisnis ini yaitu adanya kemasan yang lebih layak dan aman serta desain label yang lebih menarik dengan mencantumkan komposisi pupuk organik cair, Kemasan yang dipilih menggunakan jerigen berukuran 1 liter dengan material yang cukup tebal serta adanya gagang pada bagian atas kemasan sehingga memudahkan konsumen untuk membawa pupuk. Pada bagian penutup kemasan terdapat 2 penutup yang pertama berupa tutup dalam plastik (*flug*) dan tutup segel sehingga tidak mudah untuk tumpah. Berikut Gambar 3 kemas



Gambar 3 Kemasan setelah pengembangan bisnis

pupuk organik cair setelah pengembangan bisnis

3. Channels

Pada blok *Channels* ini melakukan saluran pemasaran tidak langsung yaitu melalui instagram dan *e-commerce tokopedia* dan saluran pemasaran secara langsung dengan mengikuti pameran.

4. Customer Relationship

Rumah Kayu Permaculture memiliki cara untuk melakukan pendekatan serta cara mengeratkan hubungan dengan para pelanggan. Perusahaan menerima saran dan kritik dari pelanggan yang dijadikan sebagai evaluasi kedepannya bagi perusahaan, dengan adanya pengembangan bisnis ini perusahaan memberikan diskon pada *event-event* tertentu selain itu perusahaan juga memberikan harga khusus kepada *reseller*.

5. Revenue Streams

Penetapan harga produk pupuk organik cair pada perusahaan sebelum pengembangan yaitu sebesar Rp16.000,00 dan setelah dilakukannya pengembangan bisnis perbaikan kemasan adanya kenaikan harga berdasarkan harga pasar pupuk organik cair. Harga setelah dilakukan pengembangan bisnis ini mengalami kenaikan sebesar Rp32.000,00 pupuk organik cair dengan kemasan baru yaitu menggunakan kemasan jerigen ukuran 1 liter.

6. Key Activity

Penambahan aktivitas yang dilakukan setelah adanya pengembangan ide bisnis ini penambahan yang dilakukan dalam tahapan pembuatan label, serta pemilihan kemasan.

7. Key Partners

Dengan adanya pengembangan bisnis ini Perusahaan Rumah Kayu Permaculture melakukan kerjasama dengan beberapa pihak seperti pihak percetakan stiker yang berada di lingkungan perusahaan sehingga memudahkan perusahaan untuk melakukan pengecekan hasil cetakan keputusan menjalin kerjasama dengan pihak percetakan sudah melalui pertimbangan beberapa faktor yaitu faktor harga serta hasil cetakan yang di produksi oleh pihak percetakan, perusahaan rumah kayu permaculture juga melakukan kerjasama dengan pihak penjual kemasan jirigen ukuran 1 liter yang digunakan sebagai kemasan utama dari produk pupuk organik cair pada Rumah Kayu Permaculture yang dilakukan transaksi melalui *online* yaitu pihak ketiga *Market Place*.

8. Cost Structure

Pengembangan ide bisnis ini mengeluarkan biaya untuk kegiatan dari produksi hingga pengemasan. Biaya tersebut terjadi menjadi tiga komponen biaya yaitu biaya investasi, biaya variabel, dan biaya tetap. Berikut total pengeluaran biaya setelah dilakukannya pengembangan bisnis produk pupuk organik cair pada Rumah Kayu Permaculture dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Cost Structure setelah pengembangan bisnis

Komponen Biaya	Total Biaya (Rp)
Biaya investasi	23.981.000,00
Biaya Variabel	27.716.000,00
Biaya Tetap	29.719.000,00
Total Biaya	81.416.000,00

Sumber: Data diolah (2024)

Bedasarkan data pada Tabel 2 pengembangan ide bisnis produk pupuk oganik cair yang dilakukan ini memiliki peningkatan biaya-biaya untuk melakukan ide bisnis diantara lain biaya investasi mengalami peningkatan sebesar Rp23.981.000,00 Biaya variabel sebesar Rp27.716.000,00 setelah pengembangan bisnis dan biaya tetap sebesar Rp29.719.000,00 setelah. pengembangan bisnis. Pengembangan ini memiliki total biaya sebesar Rp81.416.000,00 setelah pengembangan bisnis.

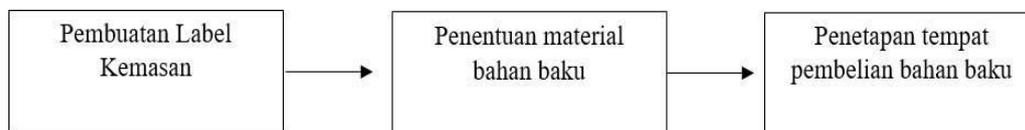
Identifikasi 9 blok *Business Model Canvas* (BMC) pada Rumah Kayu Permaculture setelah pengembangan bisnis dapat dilihat pada Gambar 4.

Key Partners <ul style="list-style-type: none"> • Pt Biosoltamax • Petani organik • Petermek sapi • Penjual kemasan* • Percetakan label* 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> • Proses produksi POC • Proses pengemasan • Proses pemasaran • Kegiatan desain* • Kegiatan percetakan 	Value Propositions <ul style="list-style-type: none"> • Dilengkapi dengan 7 bakteri baik • Salah satu kebutuhan pokok petani organik • Mudah didapatkan • Bebas dari bahan kimia • Desain label lebih menarik* • Kemasan lebih aman* 	Customer Relationship <ul style="list-style-type: none"> • Menjaga komunikasi yang baik dengan para pelanggan • Menjaga kualitas POC • Menerima kritik dan saran • Harga khusus <i>Reseller</i>* • Diskon khusus <i>event</i> tertentu* 	Customer Segment <ul style="list-style-type: none"> • Wilayah kab. Bandung dan Kota Bandung dan Jabodetabek • Mitra petani serta individu rumah tangga yang senang senang bercocok tanam organik • Pria dan wanita usia 20 tahun ke atas • Konsumen menengah ke bawah dan konsumen menengah ke atas
	Key Resource <ul style="list-style-type: none"> • Sumber daya fisik** • Sumber daya manusia • Sumber daya finansial 		Channels <ul style="list-style-type: none"> • Mitra petani organik • Grup whatsapp • Secara Langsung • Media sosial <i>Instagram</i>* • Tokopedia* 	
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> • Biaya tetap • Biaya Variabel • Biaya tetap setelah pengembangan** • Biaya variabel setelah pengembangan** 			Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> • Hasil penjualan persatuan produk • Pendapatan sebelum pengembangan Rp54.000.000 • Pendapatan setelah pengembangan Rp82.800.000** 	

Gambar 4 BMC setelah pengembangan bisnis

Menyusun Rencana Pengembangan Perbaikan Kemasan Pupuk Organik Cair pada Rumah Kayu Permaculture

Menyusun rencana pengembangan perbaikan kemasan pupuk organik cair pada Rumah Kayu Permaculture dilakukan dengan pembuatan desain label kemasan, survei bahan baku kemasan, survei tempat pembelian bahan baku kemasan. Berikut alur rencana pengembangan perbaikan kemasan pupuk organik cair pada Rumah Kayu Permaculture dapat dilihat pada Gambar 5.



Alur rencana pengembangan perbaikan kemasan pupuk organik cair pada Rumah Kayu Permaculture dibagi menjadi 3 bagian yaitu sebagai berikut :

a Pembuatan label kemasan

Pembuatan label kemasan produk pupuk organik cair pada Rumah Kayu Permaculture melewati proses *trial and error* pembuatan desain label ini dibuat menggunakan bantuan aplikasi *canva*. Aplikasi *canva* sendiri dipilih sebagai alat bantu pembuatan desain ini karena aplikasi *canva* sangat mudah digunakan serta banyak sekali fitur-fitur yang cocok digunakan dalam pembuatan desain kemasan produk. Pembuatan desain label kemasan melawati berbagai macam proses mulai dari pemilihan font, gambar, warna, serta bentuk desain, serta caption yang akan di gunakan dalam pembuatan

desain label ini sehingga sesuai dengan yang di harapkan. Berikut kriteria yang digunakan dalam pembuatan desain label produk pupuk cair organik pada Rumah kayu permaculture dapat dilihat pada Tabel .

Tabel 3 pembuatan label kemasan

1. <i>Font</i>	- <i>Archivo</i> - <i>Abril fatface</i> - <i>Oswald</i> - <i>Glacial indifference</i> - <i>Trocchi</i>
2. <i>Shape</i>	- <i>Shape pill</i> - <i>Circle shape</i> - <i>Rounded square</i> - <i>Square</i> - <i>Round speech bubble</i>
3. <i>Warna</i>	- Cream - Hijau - Putih - Gold - Hitam - Hijau muda - Kuning
4. <i>Gambar</i>	- Buah-buahan - Sayuran - Logo Rumah Kayu Permaculture
5. <i>Caption</i>	- Komposisi - Cara penggunaan - Merk produk - Manfaat produk - Ukuran Produk

Sumber: Data primer (2024)

Setelah dilakukannya pembuatan desain kemasan pupuk organik cair pada Rumah Kayu Permaculture menggunakan bantuan aplikasi *canva* serta melawati proses *trial and error*, perusahaan Rumah Kayu Permaculture menetapkan ukuran desain kemasan produk pupuk organik cair yaitu 10 cm x 10 cm. Gambar desain produk pupuk organik cair dapat dilihat pada Gambar 15.



b. Penentuan material bahan baku

Penentuan material bahan baku yang digunakan sebagai kemasan serta label pupuk organik cair pada Rumah Kayu Permaculture dilakukan survei secara langsung *offline* dan secara tidak langsung *online* melewati pihak ketiga *market place*. Penentuan kemasan yang akan digunakan memiliki beberapa kriteria ketebalan material kemasan, keamanan material kemasan dapat dilihat dari tutup kemasan apakah tutup pada kemasan memiliki tutup ganda berupa tutup plastik dalam (*flug*) dan tutup luar segel. Material yang digunakan sebagai kemasan pupuk organik cair berupa jerigen ukuran 1 liter dengan tinggi 18cm, lebar 6cm, dan panjang 12cm, Sedangkan material yang digunakan sebagai label kemasan menggunakan kertas *vinyl glossy exilo* yang dimana kertas *vinyl glossy exilo* berbahan dasar plastik sehingga tidak mudah sobek dan rusak jika terkena air. Pemilihan kemasan produk pupuk organik cair pada Rumah Kayu Permaculture menggunakan jerigen ukuran 1 liter ini berdasarkan dari hasil survei kuesioner yang menunjukkan 82,7% menginginkan kemasan yang memiliki label, 57,7% menginginkan kemasan yang mudah dibawa, 57,7% menginginkan kemasan yang tidak mudah tumpah, 46,2% menginginkan kemasan yang memiliki komposisi, 34,6% menginginkan kemasan yang kokoh. Gambar kemasan serta bahan yang digunakan dalam pengembangan kemasan pupuk organik cair dapat di lihat pada Gambar 5.



Gambar 5 Material kemasan pupuk organik cair

c. Penetapan pembelian bahan baku

kemasan Setelah melewati *survei* bahan baku kemasan secara langsung *offline* pada pedagang kemasan yang berada di sekitar lingkungan perusahaan Rumah Kayu Permaculture dan *survey* bahan baku secara tidak langsung *online* melewati pihak ke tiga *market place* adanya perbedaan harga antara kedua *survei* tersebut. Penetapan pembelian bahan baku kemasan pupuk organik cair kemasan dibeli secara *online* di *market place* dikarenakan harga yang dijual pada *market place* lebih terjangkau dibandingkan dengan



Gambar 6 penetapan pembelian bahan baku kemasan

harga yang dijual pada penjual kemasan yang berada disekitar lingkungan perusahaan dengan pertimbangan material yang memiliki kualitas yang sama pada pedagang kemasan *online* maupun *offline*. Pencetakan label kemasan dilakukan secara langsung *offline* pada toko percetakan gunajaya yang berada dilingkungan perusahaan dengan pertimbangan hasil cetakan, ketegasan warna, harga, serta bahan baku yang digunakan toko percetakan tersebut sesuai dengan yang diinginkan dengan perusahaan. Untuk memperjelas gambar penetapan pembelian bahan baku dapat dilihat pada Gambar 6.

Menyusun Rencana Pengembangan Perbaikan Kemasan Pupuk Organik Cair pada Rumah Kayu Permaculture

Pada uji laboratorium pupuk organik cair pemeriksaan karakteristik pupuk organik cair meliputi uji kadar C-organik, N, P, K bahan yang di gunakan dalam produksi pupuk cair organik pada perusahaan Rumah Kayu Permaculture ini menggunakan daun tetonia, bonggol pisang, pupuk kandang, molusa, biosoltamax, kompos yang jika di gabungkan semua mencukupi unsur hara yang di butuhkan oleh tanah dan tumbuhan. Berikut hasil uji laboratorium pupuk organik cair pada Rumah Kayu Permaculture dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Hasil uji laboratorium pupuk organik cair

Nomor					
Parameter Uji	SNI	Kode Contoh	Satuan	Metode	
BPSI Tanah dan Pupuk 24.04.178 K.P. 106					
1	C-Organik	6	7	%	Walkey & black/Spectrofometri
2	Hara Makro : N	3-6	4.2	%	Total Destilasi
	P ₂ O ₅	3-6	3.7	%	HNO ₃ / Spectrofometri
	K ₂ O	3-6	4	%	HNO ₄ /F-AAS

Sumber: Data primer (2024)

Bedasarkan Tabel 8 hasil seluruh parameter uji laboratorium pupuk organik cair perusahaan Rumah Kayu Permaculture bila di dibandingkan dengan SNI peraturan menteri pertanian No 70 tahun 2011 [8] tentang standar baku untuk produk pupuk organik cair, hasil uji kadar C-organik 7%, N 4.2%, P₂O₅ 3.7%, K₂O 4% maka jenis sampel yang diperoleh pada penelitian uji laboratorium ini sudah bisa di kategorikan sebagai pupuk organik cair berstandar SNI karena kadar dari C- Organik, N, P, K pupuk organik cair ini didapatkan sesuai standar baku mutu.

Analisis R/C Ratio dan Laba Rugi

Analisis finansial merupakan suatu analisis yang digunakan untuk membandingkan antara biaya dan manfaat apakah suatu bisnis yang dijalankan akan menguntungkan selama umur bisnis berjalan. Analisis Finansial yang di lakukan pada penelitian ini adalah analisis R/C Ratio dan laba rugi. Analisis R/C Ratio digunakan guna melihat setelah adanya pengembangan bisnis apakah bisnis tersebut layak dijalankan dan mendapatkan kenaikan keuntungan atau tidak, sedangkan analisis laba rugi digunakan guna mengetahui setelah adanya pengembangan bisnis berapa pendapatan bersih setelah laba yang didapat apakah mengalami keuntungan serta kenaikan atau tidak. Berikut penjelasan analisis finansial dan hasil perhitungan R/C Ratio dan laba rugi dapat di lihat pada Tabel 9 dan Tabel 10:

R/C Ratio

R/C Ratio ini digunakan untuk menilai perbandingan dari hasil total penerimaan dengan pengeluaran total. Perhitungan analisis R/C Ratio yang didapatkan oleh perusahaan Rumah Kayu Permaculture sebelum pengembangan bisnis pupuk organik cair sebesar 1,39 dan setelah pengembangan bisnis mengalami peningkatan melalui perbaikan kemasan pupuk organik cair pada perusahaan Rumah Kayu Permaculture sebesar 2,67. Berikut analisis R/C Ratio pupuk organik cair pada Rumah Kayu Permaculture sebelum dan sesudah pengembangan bisnis dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5 R/C Ratio setelah dan sebelum pengembangan bisnis

Uraian	Sebelum Pengembangan (Rp)	Setelah Pengembangan (Rp)
Total Revenue	48.000.000,00	153.600.000,00
Total Cost	34.427.333,00	57.435.000,00
R/C Ratio	1,39	2,67

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 5 terdapat peningkatan R/C Ratio sebesar 1,28 dari sebelum adanya pengembangan bisnis produk pupuk organik cair pada perusahaan Rumah Kayu Permaculture ini menunjukkan bahwa Rp1 yang dikeluarkan maka menghasilkan penerimaan sebesar Rp1,39 dan sesudah adanya pengembangan pupuk organik cair ini menunjukkan bahwa Rp1 yang dikeluarkan maka menghasilkan penerimaan sejumlah Rp2,67 adanya pengembangan bisnis peningkatan pendapatan melalui perbaikan kemasan pupuk organik cair pada perusahaan Rumah Kayu Permaculture maka akan mengeluarkan jumlah biaya yaitu Rp57.435.000,00 dan penerimaan yang didapat sebesar Rp153.600.000,00.

Laba Rugi

Analisis laba rugi ini merupakan perhitungan atau proyeksi keuangan untuk mengetahui keuntungan serta kerugian yang di peroleh perusahaan. Proyeksi keuntungan ini dihitung dan didapatkan sebelum terjadinya pengembangan bisnis yaitu Rp13.504.803,00 setelah pajak yang sudah ditetapkan oleh kementerian perdagangan berdasarkan PP Nomor 23 Tahun 2019 tentang pajak penghasilan usaha yang di peroleh dari penerimaan perusahaan wajib dikeluarkan sebesar 0,5% sebesar Rp67.863,00 sebelum adanya pengembangan bisnis.

Perencanaan pengembangan bisnis ini memiliki perhitungan yang mempengaruhi pada laba rugi perusahaan. Pengembangan ide bisnis peningkatan pendapatan melalui perbaikan kemasan pupuk organik cair pada perusahaan Rumah Kayu Permaculture terdapat peningkatan pendapatan yaitu sebesar Rp40.282.575,00 serta pajak yang harus dikeluarkan sebesar Rp202.425,00 perhitungan laba rugi serta penetapan pajak pada penelitian ini di hitung dalam jangka 1 tahun. Berikut perincian keuangan laba rugi pupuk organik cair sebelum pengembangan bisnis dan setelah pengembangan bisnis pada perusahaan Rumah Kayu Permaculture untuk memperjelas rincian perhitungan laba rugi dapat di lihat pada Tabel 6.

Tabel 6 laba rugi sebelum dan sesudah pengembangan bisnis

Uraian	Sebelum Pengembangan (Rp)	Setelah Pengembangan (Rp)
Total Penerimaan	48.000.000,00	153.600.000,00
Biaya Oprasional :		
1. Total Biaya Tetap	18.107.333,00	29.719.000,00
2. Total Biaya Variabel	16.320.000,00	27.716.000,00
Total Biaya Oprasional	34.427.333,00	57.435.000,00
Laba bersih sebelum bunga dan pajak (EBIT)	13.572.667,00	96.165.000,00
Pajak penghasilan (0,5%)	67.863,00	480.825,00
Laba bersih setelah pajak (EAT)	13.504.333,00	95.684.175,00

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan perhitungan laba rugi pupuk organik cair pada Rumah Kayu

Permaculture pada Tabel 11 menunjukkan perhitungan keuangan laba rugi sebelum dan sesudah pengembangan bisnis selama 1 Tahun, Sebelum pengembangan bisnis laba bersih setelah pajak yaitu sebesar Rp13.504.333,00 dan setelah pengembangan bisnis laba bersih setelah pajak yaitu sebesar Rp95.684.175,00 Peningkatan yang terjadi setelah pengembangan bisnis pupuk organik cair pada Rumah Kayu Permaculture mengalami peningkatan laba bersih setelah pajak sebesar Rp.82.179.372,00.

PENUTUP

- a. Pengembangan bisnis dalam penelitian ini menggunakan Metode Business Model Canvas (BMC) yang terdiri dari 9 elemen. Setelah dilakukannya pengembangan bisnis terdapat perubahan pada beberapa blok yaitu Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Activities, Key Partners, Cost Structure.
- b. Setelah dilakukan penyusunan rencana pengembangan perbaikan kemasan di dapatkan kemasan yang aman serta label yang menarik untuk digunakan sebagai kemasan serta label kemasan produk pupuk organik cair pada Rumah Kayu Permaculture.
- c. Berdasarkan hasil uji laboratorium yang telah dilakukan pada pupuk organik cair Rumah Kayu Permaculture dengan memberikan sampel 1000 ml pupuk organik cair yang di ujikan oleh Balai Pengujian Standar Instrumen Tanah dan Pupuk hasil yang didapatkan sesuai dengan standar mutu SNI yaitu dengan hasil uji kadar C-organik 7%, N 4.2%, P₂O₅ 3.7%, K₂O 4%
- d. Pengembangan bisnis produk pupuk cair organik pada Rumah Kayu Permaculture ini berdasarkan aspek finansial menunjukkan bahwa pengembangan bisnis ini layak dan menguntungkan untuk dijalankan adanya peningkatan pendapatan melalui perbaikan kemasan pada produk pupuk organik cair. Analisis finansial ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan nilai R/C *Ratio* sebesar 1,28 dan peningkatan pendapatan sebesar Rp105.600.000,00 dengan kenaikan laba bersih sebesar Rp82.179.372,00..

6. DAFTAR RUJUKAN

- Alfarisi A. 2019. Perencanaan strategi *Business Model Canvas* (BMC) pada perusahaan sandal Toyosima Singosari. Malang : Universitas Brawijaya
- Amalia N, Deliana Y, Rachmawati E, Fatimah S. 2021. Hubungan pengetahuan terhadap perilaku penggunaan *green packaging* di masyarakat Kota Bandung Jawa Barat. *Mimbar Agribisnis*. 7 (1) : 38-48.
- Anggito A, Setiawan J. 2018. *Metodologi penelitian kualitatif*. Sukabumi : CV Jejak (Jejak Publisher)
- Apriyanti ME. 2018. Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Sosio e-kons*. 10 (1) : 20-27
- Armani AF. 2022. Peningkatan Pendapatan melalui Perbaikan Kemasan pada Perusahaan Pojok Hidroponik. Bogor : Institut Pertanian Bogor
- Limmase S. 2018. Pengembangan model bisnis hakko kombucha. Bogor : Institut Pertanian Bogor
- Manggu B, Beni S. 2021. Analisis penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) dan promosi pemasaran sebagai solusi meningkatkan perkembangan UMKM Kota Bengkulu. *Sebatik*. 25 (1) : 27-34
- Maulana AW, Rochdiani D, Sudrajat S. 2020. Analisis biaya, pendapatan dan R/C agroindustri tahu di Desa Cidadap Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis. *J. Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. 7 (2) : 324-331
- Megananda RC. 2022. Sosialisasi perbaikan label kemasan pangan pada *Home Industry* di Kelurahan Wonotingal Kota Semarang. *Proceeding Biology Education*

-
- Conference: Biology, Science, Enviromental, and Learning*. 19 (1) : 155-162
- Metekohy EY, Nuraeni Y, Purwaningrum E. 2022. Evaluasi dan inovasi desain kemasan produk UMKM Kota Depok
- Muharomah NA, Prakoso RB, Maulidina RAJF, Hidayat R, Ikaningtyas M. 2024. Implementasi perencanaan dan pengembangan bisnis. *J. Economics And Business Management*. 3 (1) : 53-58
- Rahmadani S. 2019. Analisis studi kelayakan bisnis pada pengembangan UMKM usaha tahu dan tempe karya mandiri ditinjau dari aspek produksi, aspek pemasaran dan aspek keuangan. *J. Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 1 (1) : 76-83
- Ramadhani E. 2020. Aplikasi pupuk organik cair dari limbah pertanian dan perumahan terhadap produktivitas kedelai. *J. Triton*. 11 (1) : 58-64.
- Suhastyo AA. 2019. Pemberdayaan kelompok wanita tani melalui pelatihan pembuatan pupuk organik cair. *J. Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*. 6 (2) : 60-64.
- Sukmawati H, Nasution FZ. 2019. Analisis kelayakan bisnis syariah pada usaha mikro tempe. *J. Ekonomi Syariah*. 4 (1) : 38-48
- Uchyani R, Irianto H. 2016. Pengembangan pasar produk olahan kacang melalui perbaikan kemasan. *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*. 1 (1) : 62-67.